

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap konsumen dengan keputusan pembelian handphone Blackberry pada warga RW 007 Kelurahan Ciracas Jakarta Timur. Perusahaan yang memperhatikan sikap konsumen tinggi terhadap produk maka keputusan pembeliannya semakin tinggi, sebaliknya jika sikap konsumen yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan menurunnya keputusan pembelian pada konsumen.

Keputusan pembelian pada warga RW 007, Kelurahan Ciracas Jakarta Timur ditentukan oleh sikap konsumen sebesar 29,67% dan sisanya sebesar 70,33% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, gaya hidup, kualitas produk, keakraban merek, pelayanan purna jual, inovasi produk dan harga.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap konsumen dengan keputusan pembelian pada warga RW 007, Kelurahan Ciracas Jakarta Timur. Hal ini

membuktikan bahwa sikap konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian.

Pada variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pengenalan masalah, yaitu sebesar 35,0%. Selanjutnya, indikator pencarian informasi, yaitu sebesar 33,6%. Dan skor terendah adalah indikator evaluasi alternatif, yaitu sebesar 31,5%. Indikator yang paling tinggi pengaruhnya dalam menentukan sikap konsumen adalah indikator sikap terhadap produk, yaitu sebesar 56%. Dan skor terendah adalah indikator perilaku ketertarikan, yaitu sebesar 44%.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian, perusahaan harus dapat memahami bagaimana kondisi emosional (sikap) konsumen dan terus menciptakan pelayanan yang menyenangkan sesuai keinginan konsumen. Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa sikap terhadap produk adalah hal penting yang perlu dipertahankan dalam penciptaan sikap konsumen yang baik untuk melakukan keputusan pembelian. Faktor – faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup, kualitas produk, keakraban merek, pelayanan purna jual, inovasi produk dan harga.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Perusahaan (Blackberry) harus mampu memahami bagaimana kondisi emosional (sikap) konsumen dan terus menciptakan inovasi baru yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, sebaiknya Blackberry lebih gencar lagi melakukan pendekatan dengan konsumen yang lebih mengutamakan unsur emosional dengan cara-cara yang cerdas untuk menciptakan hubungan personal yang lebih mendalam antara merek dan konsumen.
2. Perusahaan harus terus menjaga kesan baik merek handphone Blackberry yang sudah ada dibenak konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen dan menjaga kualitas produknya.